

Grado en Administración y Dirección de Empresas	Domínguez Falcón, M ^a del Carmen	El marketing interno en las organizaciones	Tomando como base esta línea de trabajo, los alumnos podrán desarrollar diferentes TFG relacionados con temáticas como: comparativa sectorial del marketing interno; la relación del marketing interno con el marketing externo en empresas canarias; el efecto de la aplicación del marketing interno sobre la fidelización de clientes; el marketing interno y las nuevas tecnologías; etc.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Domínguez Falcón, M ^a del Carmen	El estudio de páginas web y redes sociales en empresas multisectoriales	El estudiante podrá seleccionar el sector de actividad que desee para realizar un análisis de las páginas web de las empresas que compiten en él. Para ello, tendrá, en primer lugar, que realizar un estudio en la literatura para identificar las distintas variables que deben analizarse en una página web, observar si se dan o no en las páginas web y realizar un análisis de los resultados obtenidos. El mismo trabajo se podrá realizar aplicado para las redes sociales.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Domínguez Falcón, M ^a del Carmen	Las aplicaciones móviles como herramienta de marketing	El objetivo de este trabajo consistiría en estudiar la aplicación de las apps móviles, abarcando aspectos como el ecommerce, publicidad, promociones, fidelización, etc., en un sector elegido por el estudiante. Analizar la comparativa realizada y proponer soluciones o mejoras entre las empresas que las utilizan.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Martín Santana, Josefa Delia	Una aplicación del comportamiento del consumidor en el segmento de jóvenes	El alumno podrá elegir cualquier tema relacionado con el consumidor joven para realizar una investigación comercial a través de encuestas con la que se obtenga la información necesaria que permita conocer el comportamiento de este segmento de población en relación a un producto o servicio elegido por el alumno y que le sea de su interés.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Quintana Déniz, Agustín	Identificación y evaluación de recursos de marketing	En la actualidad los recursos de marketing se consideran fundamentales en las empresas. Concretamente, los TFG's propuestos en esta línea consistirán, inicialmente, en la contextualización del trabajo (decisión del ámbito de aplicación: empresa, sector de actividad u organización no lucrativa) y selección de un recurso de marketing (por ejemplo, la imagen, la reputación o el valor de marca) con el fin de elaborar un marco teórico actualizado. Posteriormente, sobre la base de este marco teórico, se realizará una aplicación empírica para evaluar el recurso elegido y proponer recomendaciones que potencialmente permitan desarrollar y mejorar el recurso de marketing seleccionado.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Rodríguez Díaz, Manuel	Logística, Cadena de Suministro y Gestión por Categorías	El trabajo consistiría en analizar algunos de los procesos o actividades de la cadena de suministro, la logística o la gestión por categorías, ya sea por producto, establecimiento o sistema de distribución. El trabajo se puede desarrollar para la distribución física usando los canales tradicionales o a través del correo electrónico.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Rodríguez Díaz, Manuel	Reputación online y marketing digital	El trabajo comienza por la obtención de datos cuantitativos y/o cualitativos en Internet de empresas que realizan su actividad de comercialización o son valoradas por los usuarios a través de Internet. Sobre estos datos se lleva a cabo un análisis estadístico o de contenidos con el fin de obtener los resultados del estudio.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Sáenz-Marrero Fernandez, Fernando	Estudio de Mejora de la Competitividad en la Cadena de Valor de la Reparación Naval en el Puerto de Las Palmas de Gran Canaria, en particular en relación a la reparación de plataformas petrolíferas y actividades offshore	Análisis de la estructura, condiciones, oportunidades y potencial de mejora de la red de actividades que se desarrollan en torno a la reparación de plataformas petrolíferas y servicios offshore, en el marco de la Estrategia RIS3 y de la Estrategia Marino-Marítima Europea. El proceso de trabajo se desarrollará mediante el uso de herramientas de Investigación secundaria y primaria (Contexto, Canales, Clientes, Competencia, Opciones y Comunicación) con una metodología de investigación cualitativa y cuantitativa, orientada al descubrimiento innovador y la acción colaborativa, en contacto directo con los actores de la cadena de valor global en su encaje local.
Grado en Administración y Dirección de Empresas	William Secín, Eduardo	0	0
Grado en Administración y Dirección de Empresas	William Secín, Eduardo	0	0
Grado en Administración y Dirección de Empresas	William Secín, Eduardo	0	0